

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis di atas, kesimpulan yang didapatkan sebagai berikut :

##### **1. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* pengguna *Mobile Wallet***

Semakin tinggi kemudahan yang dimiliki oleh dompet digital, maka semakin tinggi pula niat konsumen bertransaksi di *Mobile Wallet*. Kemudahan penggunaan dalam aplikasi sudah merupakan hal yang wajib dimiliki oleh *startup* berbasis *mobile*. Hal ini dikarenakan adanya kemajuan teknologi dan tuntutan untuk serba cepat dan mudah.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pousttchi & Wiedemann (2007) bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat menggunakan dalam transaksi di *Mobile Wallet*.

##### **2. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* pengguna *Mobile Wallet***

Semakin tinggi atau banyak kegunaan dan manfaat yang diberikan oleh aplikasi dompet digital, maka semakin tinggi pula niat konsumen melakukan transaksi pada *mobile wallet*. Banyaknya manfaat dan kegunaan lebih yang positif akan menarik konsumen untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya, oleh Cheong & Park (2005) yang mengatakan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku penggunaan

##### **3. *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap niat *Intention to Use* pengguna *Mobile Wallet***

Semakin rendah persepsi resiko yang dimiliki konsumen, maka semakin tinggi niat untuk bertransaksi di dompet digital. Pada era saat ini, ada banyak cara yang dapat dilakukan pihak penyedia layanan untuk menanggulangi risiko

kesalahan transaksi dan keamanan untuk konsumen, sehingga konsumen dapat bertransaksi di dompet digital dengan nyaman tanpa memikirkan konsekuensi negatif. Inilah yang menyebabkan persepsi risiko yang dimiliki masyarakat terhadap minat menggunakan dompet digital dalam taraf yang rendah. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Luo et al. (2010), bahwa semakin tinggi tingkat keamanan (risiko rendah) maka semakin tinggi minat penggunaannya.

## 5.2 Keterbatasan

Dari penelitian ini, peneliti menyadari keterbatasan yang dimiliki penelitian adalah sebagai berikut :

1. Hanya terdapat 3 variabel dalam penelitian ini diantaranya variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *perceived usefulness* (persepsi manfaat), *perceived risk* (persepsi risiko)
2. Studi kasus dalam penelitian ini adalah *Mobile Wallet*.
3. Penelitian ini hanya menggunakan responden masyarakat Kota Semarang yang pernah bertransaksi di *mobile wallet*.
4. Responden penelitian ini hanya berkisar dari usia 17-38 tahun (generasi milenial dan generasi Z)

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Dari uji koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian hanya mempengaruhi sekitar 65,2% dan 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Maka, peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang mempengaruhi intensi menggunakan *mobile wallet*.
2. Responden dalam penelitian hanya di kota Semarang. Maka, peneliti selanjutnya dapat memperluas responden ke kota besar lainnya di Indonesia, mengingat pengguna *mobile wallet* di Indonesia sangat banyak.
3. Usia responden diperluas hingga usia 60 tahun, karena penggunaan dompet digital semakin diminati bahkan sampai kalangan orang tua.

### 5.3.2 Bagi Startup *Mobile Wallet*

1. Hubungan *Perceived of Use* menggambarkan bahwa dasar dari minat konsumen untuk mau menggunakan dompet digital yaitu kemudahan dalam menggunakannya. Jika penyedia layanan dompet digital terus memberikan layanan yang memudahkan penggunaannya, maka konsumen akan terus menggunakan layanan tersebut untuk kebutuhan sehari-hari mereka. Dengan begitu, kenyamanan ini akan menjadikan kebiasaan konsumen untuk selalu bertransaksi pada platform yang paling banyak memberikan kemudahan
2. Hubungan *Perceived Usefulness* menggambarkan bahwa adanya manfaat dan kegunaan lebih dari produk penyedia dompet digital sangat berpengaruh untuk menarik konsumen. Terbukti dengan adanya banyak promo, diskon, *cashback*, hadiah serta berbagai macam pilihan transaksi yang berhubungan dalam kehidupan sehari-hari dijadikan dalam satu platform. Dengan begini, semua akan terasa mudah dan cepat, tidak membuang banyak waktu. Konsumen yang merasakan kenyamanan karena adanya hal-hal tersebut, maka mereka akan meningkatkan niat mereka untuk menggunakan dompet digital.
3. Hubungan *Perceived Risk* menggambarkan bahwa masyarakat masih *aware* atau waspada akan risiko keamanan yang dijamin oleh penyedia dompet digital. Akan tetapi, dengan adanya jaminan system keamanan yang terjamin, maka ini akan mengurangi tingkat risiko sehingga konsumen akan merasa aman untuk bertransaksi.